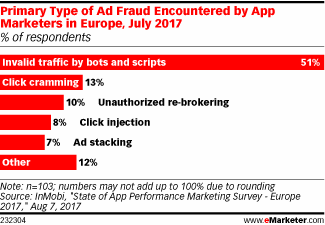
**Tại châu Âu, 74% nhà tiếp thị trên thiết bị di động xem nạn gian lận quảng cáo là một vấn đề**

***Lưu lượng truy cập không hợp lệ từ các chương trình và tập lệnh đứng đầu danh sách các thông lệ***

Những xu hướng lừa đảo quảng cáo đã xâm nhập vào mọi góc của thế giới trực tuyến. Nghiên cứu từ InMobi cho thấy ngay cả ở châu Âu, gần 3/4 các nhà tiếp thị ứng dụng được hỏi ý kiến ​​vào tháng 7 năm 2017 tin rằng quảng cáo gian lận là một vấn đề nghiêm trọng đối với hoạt động của họ.

Cuộc khảo sát cho thấy gian lận quảng cáo là mối lo lớn thứ hai mà các nhà tiếp thị ứng dụng phải giải quyết, chỉ sau phân phối. Nhưng chỉ 44% các nhà tiếp thị ứng dụng ở châu Âu cho biết họ đã có một sự hiểu biết sâu sắc về gian lận quảng cáo và tác động tiềm ẩn của nó đối với các chiến dịch.

Những người trả lời đã xác định lưu lượng truy cập không hợp lệ từ các chương trình và tập lệnh là hành vi gian lận quảng cáo thường gặp nhất. Nhấp chuột vào lời đối trá, môi giới lại trái phép, nhấp chuột chèn và xếp quảng cáo đều được báo cáo là vấn đề, nhưng ở một mức độ thấp hơn.

[](https://www.emarketer.com/Chart/Primary-Type-of-Ad-Fraud-Encountered-by-App-Marketers-Europe-July-2017-of-respondents/213378)

Vậy câu trả lời là gì? Có vẻ như đang tìm kiếm đối tác đáng tin cậy. 61% các nhà tiếp thị ứng dụng được khảo sát cho biết họ sẽ đăng ký với mạng quảng cáo đáng tin cậy, phản hồi phổ biến nhất. Ngoài ra, gần một phần ba sẽ tạo mối quan hệ trực tiếp với các nhà xuất bản để tránh tình trạng gian lận và các vấn đề, trong khi gần như cùng một số sẽ đòi hỏi sự minh bạch và báo cáo đầy đủ từ các đối tác quảng cáo kỹ thuật số của họ.  
Phần lớn các nhà tiếp thị ứng dụng ở Châu Âu cảm thấy ngành công nghiệp chưa thực hiện đủ để giải quyết vấn đề, và gần 40% cho rằng không có gian lận quảng cáo trên điện thoại di động nào được chấp nhận.

Đó là một mục tiêu cao cả, đặc biệt khi một nghiên cứu được tiến hành hồi đầu năm nay bởi Adloox cho The & Partnership ước tính rằng gian lận quảng cáo số sẽ gây thiệt hại cho các nhà quảng cáo lên tới 16,4 tỷ đô la trong năm nay, tăng so với 12,5 tỷ đô la năm 2016.

Nguyễn Thị Tuyên Ngôn – Khoa QTKD

Nguồn: Rahul Chadha

<https://www.emarketer.com/Article/Europe-74-of-Mobile-App-Marketers-See-Ad-Fraud-Problem/1016718>